

ARGENTINA: LA FICCIÓN DESPUÉS DE LA TELEVISIÓN¹

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.24.s.arg>

Autores:

Mónica Kirchheimer² (<https://orcid.org/0000-0002-3319-0520>)

Ezequiel Rivero³ (<http://orcid.org/0000-0002-8124-0975>)

Introducción

El 2023 fue un año dominado por una intensa agenda electoral que se extendió a lo largo de todo el segundo semestre hasta la asunción de un nuevo gobierno nacional en el mes de diciembre. En materia de ficción, El Trece volvió a apostar a la producción nacional estrenando dos títulos de larga duración que no lograron despertar de forma significativa el interés de la audiencia. Por su parte, el canal líder, Telefe, no programó ningún título de ficción nacional de estreno por primera vez desde que Obitel Argentina tiene registros. La estrategia de promoción de series creadas de forma exclusiva para plataformas de video bajo demanda a través de canales de televisión abierta se consolidó y extendió a más actores este año, al punto que resulta claro que la producción y distribución de ficción en Argentina es cada vez más una función que los medios tradicionales delegaron en los servicios de *streaming*. Al respecto, distintos sectores vinculados a la producción de ficción comenzaron a dar cuenta de este hecho: la Asociación Argentina de Actores señalaba al cierre de este capítulo que “hace 119 días que no se produce ficción para TV abierta nacional. El 30 de noviembre de 2023 fue el último día de grabación de ‘Buenos Chicos’. Desde ese día, la TV argentina no emplea actrices, actores, ni personal técnico para que se aboquen a programas de ficción”⁴. Un hecho sintomático de la situación crítica de la ficción nacional es la ausencia de proyectos de una de las productoras emblemáticas en el rubro, Pol-ka. Luego de 30 años como una de las usinas de la ficción para televisión, según reportan algunos medios, la empresa no tendría proyectos para el periodo 2024-2025, por lo que podría orientarse a prestar servicios puntuales a plataformas e incursionar en otros formatos⁵.

¹ El equipo de Obitel Argentina agradece a Kantar Ibope Media, ya que sin la información brindada por ellos no sería posible la realización de algunos de los análisis que aquí se presentan.

² Profesora e investigadora de la Universidad Nacional de las Artes (UNA) y de la Universidad de Buenos Aires (UBA)

³ Becario posdoctoral Conicet en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

⁴ Fuente disponible en marzo de 2024 en: <https://www.instagram.com/p/C5Etd0iOYju/?igsh=MWdl-yYnR4eHQwdHBqYw%3D%3D>

⁵ Fuente disponible en marzo de 2024 en <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/polka-deja-de-producir-ficciones-lo-mas-parecido-al-fin-de-una-epoca-para-la-television-abierta-nid05012024/>

1. El Contexto Audiovisual de Argentina en 2023

1.1. La televisión abierta en Argentina

El sistema de televisión abierta de Argentina puede ser caracterizado a través de los principales actores asentados en Buenos Aires que incluye a seis canales privados que, a través de la posesión directa de filiales en distintas provincias, o acuerdos comerciales con repetidoras y venta de contenidos puntuales, alcanzan cobertura nacional, pese a tener licencias que, en la mayoría de los casos, sólo comprenden el Área Metropolitana de Buenos Aires (esto incluye la Ciudad de Buenos Aires y las zonas urbanas circundantes).

Cuadro 1. Cadenas “nacionales” de televisión abierta en Argentina

Cadenas privadas (6)	Cadenas públicas (1)
América 2 (canal 2)	TV Pública (canal 7)
El Nueve (canal 9)	
Telefe (canal 11)	
El Trece (canal 13)	
Net TV	
Bravo TV	
TOTAL CADENAS = 7	

Fuente: Obitel Argentina

Los canales privados comerciales más consolidados y de mayor trayectoria son Telefe (Paramount, Estados Unidos), El Trece (Grupo Clarín, Argentina), El Nueve (Grupo Octubre, Argentina) y América (Grupo América, Argentina). En 2018 se sumó Net TV (Grupo Perfil, Argentina) y en 2022 Bravo TV (Grupo Olmos y Grupo Crónica, Argentina), estos últimos aún con escaso reconocimiento de sus marcas, bajos niveles de audiencia y una programación en la que se destaca la reposición de ficciones de distintos países de Iberoamérica, en general ya estrenadas años antes por otros canales de TV abierta. Por su parte, la TV Pública (Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado) es el primer canal de televisión argentino y único con licencia de alcance nacional. Sin embargo, la emisora estatal goza de una baja significación social, niveles marginales de audiencia, y relaciones pendulares con los gobiernos de turno que pasan de proveerle financiamiento para el desarrollo de proyectos artísticos ambiciosos o actualizaciones tecnológicas, a amenazas de parálisis y retracción de sus operaciones. Esto obedece en buena medida a la alta

dependencia de la cadena estatal del financiamiento del Tesoro Nacional (Schejtman, Rivero y Becerra, 2021). Los canales con licencia para televisión abierta se encuentran además disponibles a través de la Televisión Digital Terrestre (conocida en Argentina bajo la marca Televisión Digital Abierta, TDA), con alcance dentro de sus respectivas áreas de cobertura⁶.

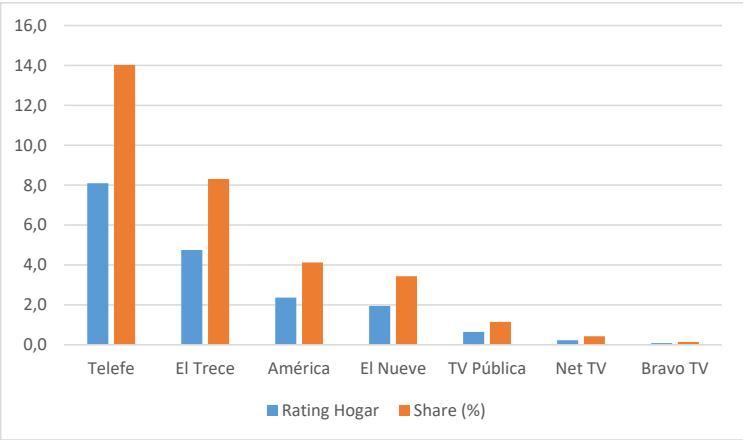
Desde principios de la década de 1990 Telefe y El Trece han liderado la audiencia, que se mide principalmente en la Ciudad de Buenos Aires y algunas de las principales capitales del país, aunque en los últimos cuatro años Telefe se ha consolidado como claro líder alejándose de su competidor directo. Estos dos canales son a su vez los emisores habituales de la ficción seriada televisiva de mayor trascendencia a nivel nacional (Kirchheimer y Rivero, 2022). Telefe ha encargado en el pasado la mayor parte de sus ficciones a distintas productoras locales independientes, destacándose Underground, desde 2019 propiedad de la estadounidense Telemundo. Por su parte El Trece (Grupo Clarín) es la ventana de exhibición de las ficciones de la productora Pol-ka, el 91,3% de cuyas acciones pertenece a la empresa Artear, la división audiovisual del Grupo Clarín (Convergencia, 2021), por lo que en cierta forma es una productora cautiva que genera contenidos de forma exclusiva para esa emisora. Por su parte El Nueve y América se abocan principalmente a contenidos de entretenimiento y variedades. Ocasionalmente han emitido series, miniseries o unitarios nacionales producidos con fondos estatales. Finalmente la TV Pública es un emisor habitual de ficción, en ocasiones como parte de sus políticas de programación como son los casos de *El Marginal* (2016, 2018 y 2019) o la tira de época *Cuéntame Cómo Pasó* (2017), pero es habitual que sirva de pantalla para la emisión de miniseries y unitarios producidos con distintos fondos de fomento a la producción audiovisual que otorga el Estado Nacional a productoras independientes como parte de una política cultural e industrial de promoción de esta actividad en el país, ficciones que también forman parte del repositorio audiovisual nacional también disponible en otras pantallas.

Gráfico 1. *Rating y share de TV por emisora (rating por hogar).*

Emisora	Rating Hogar	%	Share (%)
Telefe	8,1	44,7	14,0
El Trece	4,8	26,2	8,3
América	2,4	13,1	4,1
El Nueve	1,9	10,8	3,4
TV Pública	0,6	3,6	1,2
Net TV	0,2	1,3	0,4
Bravo TV	0,1	0,5	0,1
TOTAL	18,1	100	31,6

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

⁶ Información disponible en marzo de 2024 en <https://www.tda.gob.ar/canales-cobertura.php>



Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

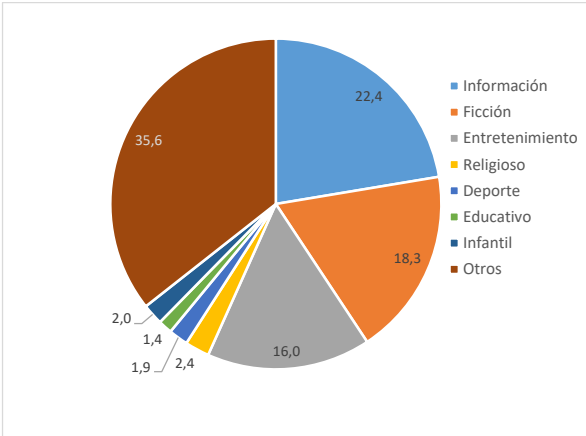
Al igual que el año anterior los niveles de audiencia de los principales canales de televisión abierta se mantuvieron relativamente estables o con variaciones marginales a la baja. La suma del *rating* de los siete canales observados alcanza 18,1 puntos, apenas por debajo de los 19,3 del 2022. En cuanto al *share*, los canales de televisión abierta pasaron de concentrar el 33,2 al 31,6 en el mismo periodo. Telefe este año estuvo más cerca de duplicar a El Trece en *rating* y *share*, dejando atrás una tradicional competencia de iguales de más de dos décadas. El canal líder se vio favorecido por la emisión de la final del *reality* *Gran Hermano* que tuvo picos de 30,9 puntos de *rating*, la adquisición de derechos para emitir la entrega de los premios locales Martín Fierro a la industria de la radio y la televisión y el estreno de formatos internacionales de entretenimiento con buen rendimiento como *The Challenge*, *Got Talent*, *Master Chef*, *Escape Perfecto* y algunas transmisiones deportivas.

La disputa por el tercer lugar entre América y El Nueve que en los últimos años arrojaba paridad, se resolvió este año en favor del primero. En particular a partir de septiembre los números de América se distanciaron de su competidor directo en buena medida por la llegada a ese canal de Marcelo Tinelli, un popular conductor local que animó el *reality* *Bailando 2023*, obteniendo números discretos en relación a su propio pasado, pero por encima del promedio de la emisora. La TV Pública que en 2022 y gracias a la transmisión del Mundial de Fútbol en Qatar había logrado recuperar el punto promedio anual, volvió a caer hasta 0,6. Esto ocurre aun cuando 12 de las 35 transmisiones televisivas más vistas del año tuvieron lugar por la pantalla del canal estatal con altos índices de audiencia, siempre por encima de los dos dígitos. Se trató en todos los casos de partidos de fútbol del seleccionado nacional masculino de primera división, que sin embargo no le permitieron a la pantalla del canal público mejorar sus números globales. Net TV y Bravo TV del Grupo Perfil permanecen como propuestas de bajo costo, con programaciones fundamentalmente basadas en la emisión de algunos programas de variedades en vivo y reposiciones de telenovelas latinoamericanas, que no logran reunir una audiencia significativa.

Gráfico 2: Géneros y horas transmitidos en la programación de TV

Géneros Transmitidos	Horas de exhibición	%
Información	12964	22,4
Ficción	10622	18,3
Entretenimiento	9281	16,0
Religioso	1383	2,4
Deporte	1096	1,9
Educativo	787	1,4
Infantil	1183	2,0
Otros	20644	35,6
TOTAL	57960	100

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina



Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

El total de horas exhibidas por el conjunto de los siete canales observados se incrementó 4,8% debido a la incorporación plena de un nuevo canal, Bravo TV, que había comenzado a emitir en mayo de 2022. En términos porcentuales no se observan variaciones significativas en la participación de cada género en el total de horas emitidas con la única excepción de la ficción. Este rubro pasó de representar el 15,5% del total, con 8592 horas emitidas en 2022, al 18,3% en 2023, con 10622 horas. El alza se entiende por el regreso de la ficción de formato largo a El Trece, pero fundamentalmente por el aporte de NetTV y BravoTV que basan la mayor parte de su programación en reposiciones de telenovelas de origen Latinoamericano.

1.2. La TV de pago y plataformas VoD de Argentina en 2023

Según datos del Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom) para el tercer trimestre de 2023, el 64,33% de los hogares argentinos contaba con algún servicio de televisión de pago. Se trata de una caída interanual de casi 3% desde el 67,24%

que reportaba para mismo periodo del año anterior. Es además una tendencia a la baja que se mantiene en los últimos tres años. La mayoría de las conexiones se realizaban mediante vínculo físico, mientras que la tecnología satelital captura una cuota menor del mercado del 11,5%. Si se suman las conexiones clandestinas se estima que cerca del 80% de los hogares del país tendrían acceso a este servicio, uno de los niveles de penetración más altos de la región. El mercado de la TV paga se encuentra fuertemente concentrado principalmente en Personal-Flow (gestionada por la fusionada Telecom-Grupo Clarín), con el 40% del mercado, especialmente en capitales de provincias y los centros urbanos más rentables. Existen además actores periféricos como cooperativas de telecomunicaciones y PyMEs que prestan este servicio en lugares más alejados de los grandes centros urbanos y de menor densidad poblacional e interés comercial, los que conjuntamente manejan menos del 20% del mercado de TV por suscripción.

Cuadro 2. Señales de televisión de pago más vistas en Argentina 2023

10 señales de TV de pago más vistas en <i>Argentina</i>			
Canal	Género	Origen	Rating hogar
TN	Información	Argentina	2,1
C5N	Información	Argentina	1,4
LN+	Información	Argentina	1,4
Crónica TV	Información	Argentina	0,9
A24	Información	Argentina	0,8
ESPN	Deportes	Estados Unidos	0,8
TyCSports	Deportes	Argentina	0,7
Canal 26	Información	Argentina	0,7
Cartoon Network	Infantil	Estados Unidos	0,4
Space	Variedades	Estados Unidos	0,4

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

Los tres primeros lugares entre las señales más vistas de la televisión de pago no presentan novedades con relación al año anterior. TN (Grupo Clarín), C5N (Grupo Indalo) y LN+ (La Nación) cuya programación se centra en la información, análisis, opinión y debate político, crecieron en audiencia y se mantuvieron como las estaciones más vistas. Este crecimiento puede responder a que 2023 fue un año de intensa actividad electoral a nivel nacional, que se extendió entre agosto con las elecciones primarias y noviembre con el balotaje presidencial; más tarde, el 10 de diciembre, con la asunción de Javier Milei como primer mandatario.

Según datos de Dataxis para el primer cuatrimestre de 2023, el mercado de las plataformas de video en Argentina se encontraba liderado por Netflix (35,8%), seguido por Disney+ (15,4%), HBO Max (13%), Star+ (12,8%) y Prime Video (10,9%).

Desde 2018 y de forma creciente, todas estas empresas han incursionado en la producción de ficción seriada local al punto que son en la actualidad prácticamente los únicos actores del sistema audiovisual a cargo de esta función.

1.3. Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

Según informa la Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM) los datos para 2023

(...) evidencian el discreto movimiento del mercado publicitario sin crecimiento genuino de la inversión en medios en 2023, si observamos que la tasa de crecimiento en pesos está en la mitad del índice de inflación interanual del 211,4%. Sumado esto a la actualización del tipo de cambio de diciembre que llegó a 2,5 veces versus el promedio de los 10 primeros meses del año.

En términos de inversión publicitaria, se pudo ver una caída en el volumen esperado para el 2do semestre, en comparación con el peso en el año y asimismo podemos ver cómo contribuyó a la modificación de los shares de los sistemas, sobre todo en la TV. (...) Se observa la tendencia en alza de las inversiones en medios y plataformas digitales con un crecimiento en inversión por arriba del promedio⁷.

Según los datos de esta Cámara que reúne a las principales agencias de medios que operan en el país⁸, el mercado publicitario se vio impactado por la crisis económica que atraviesa Argentina. A su vez, los datos muestran que la televisión en particular perdió 23% de participación en el total invertido medido en dólares. En 2022 este medio había recibido USD 501 millones, mientras que el año pasado cayó hasta USD 383,8 millones. La televisión es el único medio en donde la inversión publicitaria se contrae, junto con el rubro Digital que pierde apenas 6% pero lidera la cuota de participación total que se ubica en 42,8% del total, contra 34,7% de la televisión.

Por su parte, entre enero y octubre de 2023 el Estado Nacional había invertido AR\$40.244 millones en publicidad oficial. En cuanto a su distribución

En términos individuales, 2023 presenta una novedad: por primera vez el destinatario que más publicidad recibió no es un medio tradicional. YouTube con \$1.079 millones es individualmente el más pautaado. El podio lo completan Telefe de Buenos Aires (\$907 millones) e Infobae (\$876 millones)⁹.

El nuevo gobierno de Javier Milei (La Libertad Avanza) anunció la suspensión de la publicidad oficial durante un año. Lo hizo a través del Decreto N° 89/2023 publicado el 26 de diciembre de 2023, aunque deja fuera del alcance de la medida a

⁷ Disponible en marzo de 2024 en <https://www.agenciasdemedios.com.ar/inversiones-publicitarias/>

⁸ Anunciar, Carat, Havas, Ignis, EssenceMediacom, Initiative, Midios, Mindshare, OMD, PHD, Quiroga, Starcom, UM, WaveMaker y Zenith.

⁹ Fuente disponible en marzo de 2024 en https://www.eldiarioar.com/opinion/clarin-indalo-octubre-cabeza-distribuyo-pauta-oficial-ultimo-alberto-fernandez_129_10767506.html

numerosos organismos descentralizados y empresas estatales que pueden continuar invirtiendo en publicidad en medios de comunicación.

1.4. Políticas de comunicación

El año 2023 fue uno de baja intensidad para las políticas de comunicación, en un contexto donde la agenda política estuvo centrada en la extensa campaña electoral que ocupó casi la totalidad del segundo semestre. Probablemente el hecho más significativo fue la demorada licitación de espectro para la prestación de servicios 5G que el gobierno realizó en el mes de octubre, dos meses antes de su salida del poder¹⁰. Las frecuencias subastadas quedaron en manos de las tres principales empresas de telecomunicaciones que operan en el país, Claro (AMX), Telecom y Telefónica, que invirtieron USD 875 millones para explotar este recurso por los próximos 20 años.

A fines de 2023 el nuevo gobierno dictó un Decreto de Necesidad y Urgencia (70/2023) que aborda un amplio abanico de temas, entre ellos, relaja algunas limitaciones todavía existentes referidas a la explotación de licencias de servicios audiovisuales por un mismo titular, permite a las empresas que prestan servicios satelitales incursionar en el sector de la televisión por suscripción y facilita el ingreso de actores extranjeros de servicios satelitales, como la empresa Star Link de Elon Musk expresamente mencionada por el presidente de la Nación¹¹.

1.5. Infraestructura de conectividad digital y móvil

La telefonía móvil sigue siendo junto con la televisión abierta y gratuita, la tecnología de acceso a la información más extendida con una penetración a nivel nacional que supera el 100% en casi todas las regiones del país, y un promedio nacional del 130,9% según datos de ENaCom para el tercer trimestre de 2023¹². A septiembre de 2023 había en el país 61,1 millones de accesos móviles, sobre una población de 46 millones. No obstante, más del 50% de las líneas móviles activas son prepagas, habitualmente de uso más extendido entre los sectores de nivel socioeconómico medio bajo. El despliegue de la tecnología 4G ha crecido de manera acelerada en los últimos años alcanzando una amplia cobertura del territorio. Con relación a la banda ancha en el hogar, la penetración promedio a nivel nacional alcanza al 77,84% de los hogares del país, un incremento de 1% respecto del mismo periodo de 2022. Asimismo, se observan regiones como la Ciudad de Buenos Aires donde la adopción del servicio es casi total, y otras provincias como Chaco, Formosa, Corrientes,

¹⁰ Fuente disponible en marzo de 2024 en https://www.enacom.gob.ar/institucional/el-estado-argentino-licito-la-banda-5g-por-mas-de-875-millones-de-dolares_n4578

¹¹ Fuente y ampliación del tema en <https://martinbecerra.wordpress.com/2024/03/14/premios-y-cas-tigos-por-decreto/>

¹² Datos disponibles en marzo de 2024 en <https://indicadores.enacom.gob.ar/Informes>

Mendoza, San Juan y Santa Cruz, donde esta cifra se ubica en torno del 50% de los hogares. Aunque la velocidad media nacional es de 129,67 Mbps (un crecimiento significativo en comparación a los 62,46 Mbps de 2022) y son comunes las ofertas de acceso a más de 30 Mbps, casi el 30% de las conexiones domésticas se concentra en el rango de velocidad inferior a los 30 Mbps, con grandes variaciones disponibles según la provincia. En cuanto al tipo de tecnología, el cablemódem domina ampliamente (41,7%), pero las conexiones por fibra al hogar han crecido los últimos años hasta alcanzar el 25,3% en 2023. La extensión territorial sumada a la dispersión de la población en ámbitos rurales o en pequeñas concentraciones urbanas, se combina con la ausencia o baja calidad de la infraestructura de conectividad en algunas regiones y las dificultades económicas, que impiden el acceso a internet. La ausencia del mercado y del estado en algunas zonas del país ha permitido el despliegue de la actividad de cooperativas de telecomunicaciones, y de forma más experimental la emergencia de redes comunitarias de acceso a internet autogestionadas por los propios pobladores. Al cierre de este capítulo ya ofrecía su servicio en el país Starlink la empresa de banda ancha satelital de Elon Musk que orienta su oferta a un segmento productivo o de usuarios particulares apartados de los centros urbanos¹³.

¹³ Fuente y ampliación del tema en <https://www.pagina12.com.ar/724404-starlink-ya-llego-a-la-argentina-precio-mensual-del-servicio>

2.Análisis del Año: La ficción de estreno nacional e iberoamericana en 2023

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2023
(nacionales, extranjeras del ámbito Obitel, y coproducciones).

TÍTULOS INÉDITOS NACIONALES – 10 El Trece – 6 títulos nacionales 1. <i>Argentina Tierra de Amor y Venganza (telenovela)</i> 2. <i>Buenos Chicos (telenovela)</i> 3. <i>Diciembre 2001 (miniserie)</i> 4. <i>El Encargado 2 (miniserie)</i> 5. <i>Los Protectores 2 (miniserie)</i> 6. <i>Planners (miniserie)</i> El Nueve – 1 título nacional 7. <i>Familia de Diván (miniserie)</i> América – 1 título nacional 8. <i>Médoly. La chica del Metro (miniserie)</i> TV Pública - 2 títulos nacionales 9. <i>La Bellas Almas de los Verdugos (miniserie)</i> 10. <i>Madame Requin (miniserie)</i> Telefé – 0 título Net TV – 0 título Bravo TV – 0 título COPRODUCCIONES – 1 TV Pública - 1 coproducción 11. <i>Los Mil Días de Allende (Miniserie – Chile, Argentina y España)</i>	TÍTULOS INÉDITOS IMPORTADOS - 6 Telefe-2 títulos 1. <i>Café con Aroma de Mujer (telenovela – Colombia)</i> 2. <i>Pantanal (telenovela – Brasil)</i> Net TV- 2 títulos 3. <i>Cuna de Lobos (Telenovela – México)</i> 4. <i>Raphael (Miniserie – España)</i> Bravo TV – 1 título 5. <i>Enfermeras (telenovela – Colombia)</i> El Trece –1 título 6. <i>Mi Fortuna es Amarte (telenovela – México)</i> El Nueve - 0 título América – 0 título TV Pública –0 título TOTAL TÍTULOS INÉDITOS: 17
--	--

Fuente: Obitel Argentina

La cantidad de títulos inéditos nacionales e importados se mantiene en 17, como los dos años anteriores, al igual que los títulos argentinos que se sostienen en 10 del mismo modo que en 2022. Esto sucede gracias al uso de la pantalla lineal para el estreno de uno o dos capítulos a modo promocional de series que luego pasan a formar parte de los catálogos de distintas plataformas de video bajo demanda. Este año continúa la alianza entre El Trece y Star+, que permitió el estreno de los primeros capítulos de las series *Diciembre 2001*, *El Encargado 2*, *Los Protectores 2* y *Planners*

en la televisión abierta. Por su parte, series originales de plataformas fueron luego emitidas en televisión abierta de forma íntegra. Es el caso de *Melody, la chica del metro* (Prime Video – El Nueve) y *Familia de Diván*¹⁴ (Flow – El Nueve). Telefe fue el único canal de aire que no estrenó ficción nacional, un hecho inédito. El canal líder de audiencia continúa, 10 años después del inicio del fenómeno, programando telenovelas de origen turco: emitió ocho títulos, en algunos casos continuación del año anterior como *Llamas del Destino*, *Nuestro Amor Eterno*, *Todo por mi Hogar*, *Traicionada* y *Traicionada II*, *Eda y Serkan*, *Huérfanas* y *Amor de Familia*, en todos los casos en horarios vespertinos. Por su parte la TV Pública estrenó dos ficciones nacionales de corta duración y fue la pantalla local de la co-producción *Los Mil Días de Allende*, creada para conmemorar los 50 años del Golpe Militar de 1973 en Chile.

**TABLA 1b. Exhibición de títulos repuestos durante 2023
(nacionales, extranjeras del ámbito Obitel, y coproducciones).**

TÍTULOS NACIONALES REPUESTOS – 2	TÍTULOS IMPORTADOS REPUESTOS - 16
Telefe - 1 título nacional 1. <i>Casados con Hijos</i> (serie - Argentina)	Net TV- 9 títulos 3. <i>El Cuerpo del Deseo</i> (telenovela – US Hispano) 4. <i>El Patrón del Mal</i> (serie – Colombia) 5. <i>El Señor de los Cielos</i> (telenovela – US Hispano) 6. <i>La Esclava Blanca</i> (telenovela – Colombia) 7. <i>La Reina del Flow 2</i> (telenovela – Colombia) 8. <i>La Usurpadora</i> (telenovela – México) 9. <i>Pulseras Rojas</i> (serie – España) 10. <i>Rosario Tijeras</i> (telenovela – México) 11. <i>Rubí</i> (telenovela – México)
TV Pública - 1 títulos 2. <i>Combatientes</i> (miniserie – Argentina)	Bravo TV – 6 títulos 12. <i>Avenida Brasil</i> (telenovela – Brasil) 13. <i>Destilando Amor</i> (telenovela – México) 14. <i>Esmeralda</i> (telenovela – México) 15. <i>La Venganza de Analía</i> (telenovela – Colombia) 16. <i>Primera Dama</i> (telenovela – Colombia) 17. <i>Los herederos del Monte</i> (telenovela – Colombia, US Hispano)
El Trece – 0 título El Nueve – 0 título América – 0 título Net TV – 0 título Bravo TV – 0 título COPRODUCCIONES – 0	Telefe – 1 título 18. <i>María la del Barrio</i> (telenovela – México) El Nueve - 0 título América - 0 título TV Pública - 0 título El Trece - 0 título

Fuente: Obitel Argentina

¹⁴ En 2023 El Nueve estrenó un solo episodio de esta serie original de Flow (Personal) pero con continuidad en 2024.

En 2023 se emitieron 18 reposiciones, contra 20 del año anterior. La mayor parte de ellas se explican por la estrategia de programación Net TV y Bravo TV (abultado número de telenovelas provenientes de países del ámbito Obitel). Ambos canales propiedad de la misma empresa parecen tener una estrategia de programación coordinada por lo cual algunas reposiciones que en 2022 se vieron en Bravo TV pasaron a Net TV el último año. Se trata de ficciones latinoamericanas clásicas ya vistas en numerosas ocasiones en distintos canales de televisión abierta: *Rubí*, *Rosario Tijeras*, *La Usurpadora*, *El Patrón del Mal*. Es singular el caso de *Avenida Brasil* (Bravo TV) que fue emitida de forma íntegra en horario matutino con repeticiones en la tarde y también los fines de semana. A la reposición de títulos ya clásicos, se sumó Telefe que hizo un rescate nostálgico de *María, la del barrio* emitiendo algunos capítulos de la telenovela de la década de 1990 los domingos en la tarde. Estas estrategias ayudan a explicar el incremento de la ficción como género en la participación total de las horas emitidas por la televisión abierta.

TABLA 2. Formatos de la ficción nacional de estreno en 2023 y su evolución en el quinquenio.

Formato	Títulos						Horas					
	2019	2020	2021	2022	2023	Total	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Telenovela	4	1	1	2	2	10	289:30	35:00	72:10	115:05	199:30	711:15
Series	5	0	2	0	6	13	38:00	0:00	14:10	0:00	17:35	69:45
Miniseries	8	4	5	9	3	29	36:30	26:45	17:00	28:55	12:10	121:20
Sitcom	1	0	0	0	0	1	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Unitario	0	0	0	0	0	0	7:40	0:00	0:00	0:00	0:00	7:40
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Otros	0	0	0	0	0	0	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00	0:00
Total	18	5	8	11	11	53	371:40	61:45	103:20	144:00	229:15	910:00

Fuente: Kantar Ibope Media y ObitelArgentina

La evolución de los formatos en el último quinquenio permite advertir la cuasi desaparición de la telenovela nacional de estreno de la pantalla de la televisión abierta, que este año pese a tener un pequeño rebote, está lejos de sus mejores tiempos. Los formatos cortos (series y miniseries) suman en cantidad de títulos y permiten igualar los números pero no la de horas de 2022. Esto es no solo por las características propias de este tipo de contenidos, sino porque además, se emite apenas uno o dos episodios de series que son en verdad exclusivas de plataformas a modo promocional, por lo que los números de formatos cortos en la tabla anterior aparecen artificialmente abultados.

TABLA3. Ficción de estreno exhibida en 2023: países de origen

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	11	65	229:15	35
PAÍSES OBITEL (total)	6	35	433:45	65
Argentina	11	65	229:15	35
Brasil	1	6	114:15	17
Chile	0	0	0:00	0
Colombia	2	12	281:40	42
Ecuador	0	0	0:00	0
España	1	6	1:50	0
EE.UU. Hispanos	0	0	0:00	0
México	2	12	36:00	5
Perú	0	0	0:00	0
Portugal	0	0	0:00	0
Uruguay	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
COPRODUCCIONES (totales)	1	6	4:20	1
Coproducciones Nacionales	1	6	4:20	1
Coproducciones Países Obitel	0	0	0:00	0
TOTAL	17	100	663:00	100

Fuente: Kantar Ibope Media y ObitelArgentina

Si se toma el piso histórico de horas que representó el bienio 2020-2021, años de la pandemia, se advierte una ligera recuperación, pero no alcanza para sacar al país de la lista de mercados con capacidad productiva baja. Las horas de estreno de ficciones del ámbito Obitel cayeron a la mitad este año, de 831 en 2022 a 433 en 2023. Esto se explica en parte por el menor interés de Telefé por la ficción en general y su sostenida apuesta por las de origen turco. También, se redujo la lista de países de origen de la ficción importada a un pequeño grupo: Brasil, Colombia, España y México.

TABLA 4. Formatos de ficción nacional e iberoamericana exhibida en 2023

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Resto Obitel	%	Nacionales	%	Resto Obitel	%
Telenovela	2	18,2	5	83,3	199:30	87,0	431:55	99,6
Series	6	54,5	0	0,0	17:35	7,7	0:00	0,0
Miniseries	3	27,3	1	16,7	12:10	5,3	1:50	0,4
Sitcom	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Unitario	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0:00	0,0	0:00	0,0
Total	11	100,0	6	100,0	229:15	100,0	433:45	100,0

Fuente: Kantar Ibope Media y ObitelArgentina

Como muestra la tabla anterior, en el ámbito de la ficción argentina son preponderantes los estrenos de títulos de formato corto. En el caso de las telenovelas nacionales este año se reportan dos estrenos nacionales, aunque el panorama a futuro no es alentador (ausencia de proyectos de ficción en Pol-ka, buen rendimiento que Telefe obtiene con los formatos internacionales de entretenimiento). Como es habitual, en el sentido inverso, las importaciones de títulos del ámbito Obitel se concentran casi exclusivamente en telenovelas.

TABLA 5: 10 Títulos más vistos en 2023

	Título	Canal	Productora (País)	Formato/ género	No. de cap/ep en 2023	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>Pantanal</i>	Telefe	Globo (BR)	Telenovela	86	Prime Time	9,7	14,5
2	<i>El Encargado 2</i>	El Trece	Pampa Films, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	8,4	12,4
3	<i>Los Protectores 2</i>	El Trece	Kapow, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	6,2	10,2
4	<i>Café con Aroma de Mujer</i>	Telefe	RCN (CO)	Telenovela	25	Tarde	5,9	12,4
5	<i>Diciembre 2001</i>	El Trece	Kapow, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	5,9	10,5
6	<i>Argentina Tierra De Amor y Venganza</i>	El Trece	Pol-ka (AR)	Telenovela	125	Prime Time	5,5	10,3
7	<i>Buenos Chicos</i>	El Trece	Pol-ka (AR)	Telenovela	79	Prime Time	5,3	9,2
8	<i>Planners</i>	El Trece	PegsaGroup, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	5,1	7,5
9	<i>Mi Fortuna es Amarte</i>	El Trece	Televisa (MX)	Telenovela	5	Tarde	2,2	5,0
10	<i>Familia de Diván</i>	El Nueve	Flow (AR)	Serie	1	Prime Time	1,1	2,1
Total de producciones nacionales: 7				Guiones originales extranjeros: 3				
70%				30%				

Fuente: Kantar Ibope Media y ObitelArgentina

Nuevamente ocupa el primer lugar un título de origen brasileño, la *remake* del clásico *Pantanal*, aunque con un *rating* inferior a los dos dígitos. Se suman a los títulos importados que forman parte del *top ten* este año la nueva versión de *Café con Aroma de Mujer* (Colombia) y *Mi Fortuna es Amarte* (México). Este último caso es llamativo porque la telenovela, que tiene una extensión por encima de los 90 episodios, estuvo al aire apenas una semana en enero de 2023 por la pantalla de El Trece y fue levantada por baja audiencia.

TABLA 5a: Los 10 títulos nacionales más vistos en 2023

Título		Canal	Productora (País)	Formato/ género	No. de cap/ep en 2023	Franja horaria	Rating	Share
1	<i>El Encargado 2</i>	El Trece	Pampa Films, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	8,4	12,4
2	<i>Los Protectores 2</i>	El Trece	Kapow, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	6,2	10,2
3	<i>Diciembre 2001</i>	El Trece	Kapow, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	5,9	10,5
4	<i>Argentina Tierra De Amor y Venganza</i>	El Trece	Pol-ka (AR)	Telenovela	125	Prime Time	5,5	10,3
5	<i>Buenos Chicos</i>	El Trece	Pol-ka (AR)	Telenovela	79	Prime Time	5,3	9,2
6	<i>Planners</i>	El Trece	PegsaGroup, Star+ (AR)	Serie	1	Prime Time	5,1	7,5
7	<i>Familia de Diván</i>	El Nueve	Flow (AR)	Serie	1	Prime Time	1,1	2,1
8	<i>Melody, la Chica del Metro</i>	América	Warner Music, Prime Video (AR)	Serie	12	Mañana	0,4	1,1
9	<i>Madame Requin</i>	TV Pública	3C Films Group (AR)	Miniserie	5	Prime Time	0,4	0,6
10	<i>Los mil días de Allende</i>	TV Pública	Parox, Mediterráneo, Aleph, Mente Colectiva y HD Argentina.	Miniserie	4	Prime Time	0,3	0,4
Total de producciones nacionales: 9					Guiones originales extranjeros: 1			
90%					10%			

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

En los últimos años Obitel Argentina observa que títulos con niveles de audiencia relativamente bajos y emitidos en canales que se disputan la cuarta o quinta posición en el *rating* general, logran, no obstante, colocar títulos de ficción nacional entre los más vistos del año dada la caída generalizada de la audiencia y la menor oferta de este tipo de contenidos. En efecto, series como *Mélody, la chica del metro* (América), *Madame Requin* (TV Pública) y *Los Mil Días de Allende* (TV Pública) ingresan al *top ten* nacional con cifras bastante por debajo del punto promedio de *rating*.

TABLA 6: Perfil de audiencia de los 10 títulos más vistos:
sexo, edad, nivel socioeconómico

Título		Canal	Sexo %		NSE%			
			Mujeres	Hombre	ABC1	C2	C3	D
1	<i>Pantanal</i>	Telefe	60,4	39,6	15,7	18,4	24,3	41,6
2	<i>El Encargado 2</i>	El Trece	56,8	43,2	11,9	29,5	32,4	26,2
3	<i>Los Protectores</i>	El Trece	49,3	50,7	18,5	17,7	39,3	24,6
4	<i>Café con Aroma de Mujer</i>	Telefe	63,2	36,8	14,7	21,9	21,8	41,7
5	<i>Diciembre 2001</i>	El Trece	49,6	50,4	3,1	35,3	26,3	35,3
6	<i>Argentina Tierra de Amor y Venganza</i>	El Trece	56,6	43,4	17,0	27,6	26,8	28,6
7	<i>Buenos Chicos</i>	El Trece	54,1	45,9	8,7	26,9	31,4	33,1
8	<i>Planners</i>	El Trece	53,7	46,3	29,7	6,0	31,6	32,8
9	<i>Mi Fortuna es Amarte</i>	El Trece	60,7	39,3	8,1	38,2	24,5	29,2
10	<i>Familia de Diván</i>	El Nueve	52,5	47,5	0,0	20,9	29,9	49,3

Título		Edad %				
		04 - 12	13-19	20-24	35-44	45+
1	<i>Pantanal</i>	14,0	15,3	28,3	19,3	23,1
2	<i>El Encargado 2</i>	5,8	23,9	20,1	17,1	33,1
3	<i>Los Protectores</i>	13,6	17,1	17,5	20,7	31,1
4	<i>Café con Aroma de Mujer</i>	13,4	16,1	32,3	21,6	16,5
5	<i>Diciembre 2001</i>	19,4	11,1	14,1	24,7	30,6
6	<i>Argentina Tierra de Amor y Venganza</i>	11,7	15,6	20,8	19,5	32,3
7	<i>Buenos Chicos</i>	12,7	22,3	21,2	17,0	26,9
8	<i>Planners</i>	9,2	21,3	32,4	11,1	25,9
9	<i>Mi Fortuna es Amarte</i>	8,6	15,6	20,4	22,5	32,8
10	<i>Familia de Diván</i>	0,0	33,3	6,2	27,8	32,6

Fuente: Kantar Ibope Media y Obitel Argentina

En cuanto al perfil de la audiencia no se presentan mayores novedades. En relación al género, las mujeres son mayoría en casi todos los casos con excepciones como *Los Protectores 2* y *Diciembre 2001*. En estos dos casos las temáticas relativas al fútbol y la política nacional, respectivamente, convocan a más público masculino y arrojan una audiencia con mayor paridad de género. Visto por nivel socioeconómico la ficción en televisión abierta es mayoritariamente un consumo de audiencias con ingresos medios y bajos. Este año no se programaron como en años anteriores ficciones brasileñas de temática bíblica que concentraban la atención mayoritaria de la audiencia de los segmentos de nivel socioeconómico más bajo. Ocuparon ese lugar telenovelas como *Pantanal* o *Café con Aroma de Mujer*, 40% de cuya audiencia pertenece al segmento NSE D.

3. Monitoreo VoD 2023

Durante 2023 se consolida el fenómeno señalado en años anteriores referido al desplazamiento de la ficción nacional hacia las plataformas de video a demanda que la adoptaron como una función propia. Las principales plataformas globales que operan en el país, Netflix, Prime Video, Star+, Disney+, HBO+ producen en conjunto una cantidad de títulos nacionales que supera ampliamente la magra oferta de la televisión abierta para este rubro. Desde el año 2018 cuando Netflix estrenó *Edha*, la primera ficción argentina hecha para una plataforma, el número de estrenos se ha incrementado hasta llegar a 20 en 2023. De esta forma los estrenos nacionales en servicios VoD (20) superaron nuevamente a los de la televisión abierta (11). Ahora bien, de estas 11, apenas cuatro son títulos concebidos para la televisión tradicional, por lo cual es evidente que la producción nacional está casi en su totalidad vinculada a los procesos productivos que comandan las plataformas.

3.1 Mercado de plataformas de VoD en 2023

El mercado de plataformas de VoD no mostró modificaciones significativas en 2023 en Argentina. De forma creciente, todas las empresas han incursionado en la producción de ficción seriada local al punto que son en la actualidad prácticamente los únicos actores del sistema audiovisual a cargo de esta función. Con la única excepción de Flow, vinculado al operador de servicios TIC Personal (Telecom-Clarín), el resto de las plataformas de TVE (TV Everywhere) vinculados a operadores de televisión por suscripción (Movistar TV, Telecentro Play, Claro Video, DirecTVGo) aún no han incursionado en la producción de ficciones nacionales originales.

3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2023 (nacionales, regionales dentro del país)

Junto a las plataformas globales, transnacionales y algunas iniciativas locales como Flow, vinculada al operador de televisión por suscripción Personal (ex Cablevisión), que sirve como agregador en internet de contenidos de distinta procedencia, encontramos las plataformas del Estado Nacional. Cont.ar, dependiente de la empresa estatal Contenidos Públicos Sociedad del Estado, es una reversión de una antecesora, Contenidos Digitales Abiertos (CDA) del año 2011, de funcionamiento gratuito (FVOD) e incluye en su catálogo un número significativo de series nacionales, particularmente las realizadas con fomento estatal. También es un espacio en el que convergen los accesos a las transmisiones en vivo por *streaming* de todos los canales públicos (TV Pública, Encuentro, PakaPaka, DeporTV), Radio Nacional y otros contenidos culturales. Por su parte, Cine.ar Play, administrada por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) funciona desde el año 2015 (antes bajo la marca Odeón) y ofrece principalmente ficciones de corta duración,

películas y documentales con acceso gratuito o en modalidad de pago por transacción (TVOD). El gobierno asumido en diciembre ha dispuesto que las empresas estatales que administran los canales, radios y plataformas del Estado se encuentren intervenidos por el Poder Ejecutivo Nacional, sus directorios fueron disueltos, y su futuro parece incierto al cierre de este capítulo.

3.3. Análisis del VoD en 2023: la ficción de estreno nacional y las coproducciones

En 2023, las cinco principales plataformas globales de video estrenaron junto a Flow, un total de 20 títulos de ficción seriada nacional, el número más alto desde que estos servicios producen contenidos ficcionales en el país. De esta forma se evidencia un mayor el interés de las plataformas de *streaming* globales por producir contenidos argentinos en asociación con casas productoras independientes, todas ellas basadas en Buenos Aires y con amplios antecedentes en la realización audiovisual, tanto en cine como para televisión.

TABLA 7. Ficciones nacionales y coproducciones exhibidas en 2023 en sistemas de VoD

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES DE ESTRENO
Prime Video (2)	HBO (1)
01. <i>Iosi, el espía arrepentido</i> (serie - 2da temporada)	01. <i>Te quiero y me duele</i> (miniserie - México)
02. <i>Melody, la chica del metro</i> (miniserie)	Disney (2)
HBO Max (2)	02. <i>C.H.U.E.C.O.</i> (miniserie - México)
03. <i>Días de Gallos</i> (serie - 2da temporada)	03. <i>Una Navidad para C.H.U.E.C.O</i> (especial - México)
04. <i>El Jardín de Bronce</i> (serie - 3ra temporada)	Prime Video (1)
Netflix (3)	01. <i>Barrabrava</i> (miniserie)
05. <i>División Palermo</i> (miniserie)	
06. <i>El Reino</i> (serie - 2da temporada)	
07. <i>El Amor Después del Amor</i> (miniserie)	
Flow (4)	
08. <i>Familia de Diván</i> (miniserie)	
09. <i>Gamer, una vida más</i> (miniserie)	
10. <i>Parte de una religión</i> (miniserie)	
11. <i>Frágiles</i> (miniserie)	
Disney (2)	
12. <i>Entrelazados</i> (serie - 2da temporada)	
13. <i>FreeKs</i> (miniserie)	
Star+ (6)	
14. <i>Ringo. Gloria y muerte</i> (miniserie)	
15. <i>Planners</i> (miniserie)	
16. <i>Diciembre 2001</i> (miniserie)	
17. <i>Los Protectores</i> (serie - 2da temporada)	

Fuente: Obitel Argentina

Primero en establecerse en el mercado en 2011 y en producir contenido nacional en 2018, Netflix ha estrenado desde entonces 13 títulos originales, un número similar al que ostenta Star+ y que consiguió en apenas tres años con una agresiva política de producción de contenidos en Argentina. El resto de las plataformas estrenaron en 2023 al menos entre dos y cuatro títulos argentinos. En todos los casos se trata de miniseries de entre 8 y 13 capítulos.

3.4. Características narrativas del VoD en 2023

En 2023 se estrenan segundas temporadas de *Iosi, el espía arrepentido* (Prime Video), *El Reino* (Netflix), *Entrelazados* (Disney+), *Los Protectores* (Star+) y *El Encargado* (Star+) y la tercera de *El Jardín De Bronce* (HBO). La continuidad de algunos títulos en nuevas temporadas tal vez sea indicador de su buen desempeño, habida cuenta de la ausencia de mediciones fiables sobre el consumo de estas series en cada plataforma.

El fenómeno de las series basadas en la vida de personajes célebres del mundo de la música, la política o el deporte tuvo su continuación con el estreno de la miniserie sobre la vida del músico Rodolfo ‘Fito’ Paez *El Amor Después del Amor* (Netflix) y *Ringo. Gloria y Muerte* (Star+) que retrata la vida del boxeador Oscar ‘Ringo’ Bonavena. También, sobre hechos políticos de la historia reciente nacional se destaca la miniserie *Diciembre 2001* (Star+) que retoma los momentos previos a la caída del gobierno de Fernando De la Rúa y el estallido social concomitante.

Tuvieron especial impacto en la conversación mediática dos series: una, la comedia *División Palermo* (Netflix) que cuenta la historia de un conjunto de personas que se unen a un grupo de prevención de infracciones y delitos menores convocados por el gobierno de la ciudad de Buenos Aires. Todos ellos tienen en común su pertenencia a alguna minoría habitualmente discriminada. La comedia trata en clave irónica los absurdos de la inclusión forzada y artificial en el mundo laboral. La otra, *Nada* (Star+) destacó por el cuidado de su puesta en escena, la exaltación de los puntos más atractivos de Buenos Aires, y en particular la participación de Robert De Niro en un papel secundario, que sin embargo, requirió la visita del actor estadounidense al país para grabar algunas escenas.

Prime Video, Flow y Disney+, por su parte, ofertaron al menos una serie de estreno de producción local para público infantojuvenil y preadolescente. En la misma línea se inscribe la adquisición de derechos de distribución de la telenovela *Floricienta* (2004-2005) que fue incorporada al catálogo de HBO (ahora renombrada Max). Según el informe “WhatWeWatched: A Netflix Engagement Report”, que lista las series y películas más vistas a nivel global en el primer semestre de 2023, la serie infantojuvenil argentina *GO! Vive a tu manera* (2019) es el segundo contenido nacional más visto en esa plataforma (17.800.000 de horas de visualización) apenas por detrás de *El Amor Después del Amor* (2023) que alcanzó en dos meses 21 millones de horas de visionado.

4. Interactividad y participación de las audiencias

En el contexto de la creciente oferta de series y miniseries en plataformas de *streaming* o VOD, se seleccionó para el análisis una miniserie con alta repercusión mediática y muy modesta repercusión en redes sociales en su momento de estreno. No obstante, la miniserie *División Palermo* (Netflix) se convirtió en una suerte de referencia cultural para escenas que comentan la realidad política de nuestro país. Se trata de es una comedia que narra las acciones llevadas adelante por una división especial de la policía local. Su particularidad es que se propone como una herramienta institucional para revertir la imagen discriminadora de la fuerza policial. Para ello todos sus participantes representan alguna minoría (personas con discapacidad motora, personas de talla baja, en edad jubilatoria, con algún retraso madurativo, etc.).

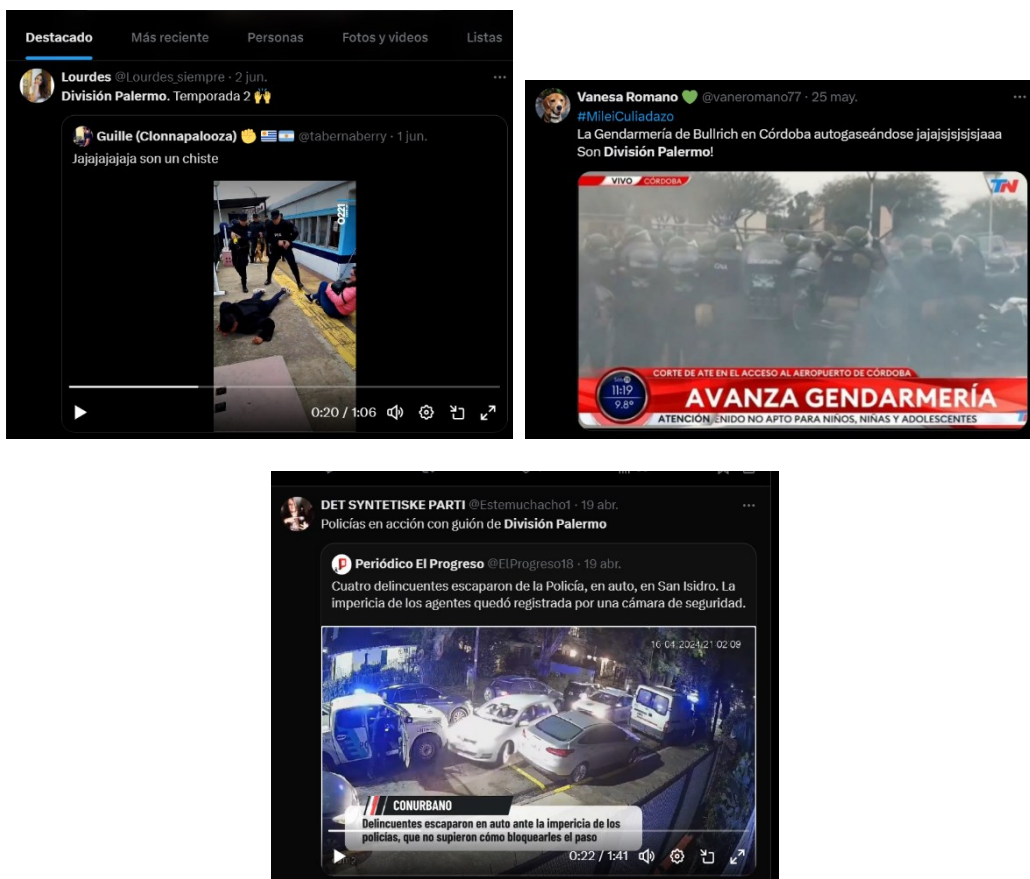
Esta propuesta supone que, como afirma Alejandro Modarelli (2023)

La corrección política, y la incorrección, no son apenas las dos caras de una misma moneda sino un debate social y cultural sobre la libertad de expresión en el que estamos inmersos desde hace décadas. Y recrudece cuando la única revolución posible pareciera ser la de las formas, y las bastillas urgentes por tomar son los medios de comunicación o los libros para las infancias. El éxito de la serie *División Palermo* en Netflix -una Guardia Urbana formada por friquis contratados en la ciudad neoliberal como instrumentos de maquillaje de las verdaderas políticas represivas- plantea la encrucijada del humor, donde un Micky Vainilla pudo ser celebrado, es lógico, por el progresismo de izquierda, pero a la vez sirvió, sin buscarlo, a la juventud reaccionaria como un espejo gracioso donde se reconocía muy a gusto. (S/P)

Así, *División Palermo* ataca en su narrativa simultáneamente al sentido común progresista, que brega por la inclusión –en una postura extrema, en todos lados–, a un gobierno neoliberal –muy similar al de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires– que toma decisiones solo políticamente correctas sin efecto. Las estrategias de lo reidero (Fratlicelli 2023: 27) se han extendido en la mediatización contemporánea.



Decíamos antes que la repercusión en redes no se da necesariamente con la propia serie (que fue galardonada en los Premios Platino y obtuvo un buen nivel de audiencia y conversación social), sino a partir de la ficción. Muchas acciones sociales noticiadas son comentadas como propias de “División Palermo”, ya sea por su precariedad o por su desajuste con lo esperable (por graciosa, exagerada o torpe). De este modo, la recepción se expresa produciendo memes (Fratlicelli, 2023) extendiendo la humorada que la ficción propone.



Así, un usuario de X que comenta la serie la pone en relación con la serie animada *Los Simpsons*, con una imagen que muestra un grupo desuniformado de habitantes de Springfield yendo de manera valiente a una misión que fracasará por la conformación misma del grupo.

Pero los usuarios de X producen humor sobre el humor: En un caso se trata de la retoma de la difusión de un simulacro de entrenamiento de la Policía Federal Argentina para el uso de pistolas Taser. La puesta en marcha y su cualidad de ensayo en términos del fracaso mismo y lo mísero de la escena hace que una usuaria relacione lo que se filma con una posible continuidad de la serie ficcional. Lo mismo pasa cuando la Gendarmería Nacional se enfrenta a manifestantes en la Provincia de Córdoba. En el intento de dispersar a los manifestantes los gendarmes tiran gases lacrimógenos sin calcular que el viento llevó la nube hacia ellos,

con lo que debieron dispersarse las mismas fuerzas de seguridad. Esta circunstancia genera una situación a la vez graciosa en la retoma de la usuaria de X y crítica de la Ministra de Seguridad de la Nación (Patricia Bullrich). Finalmente, la torpeza de las fuerzas de seguridad en interceptar a quienes roban un auto y se escapan manejando sobre la vereda, a pesar de estar rodeados por las fuerzas de seguridad. Para varios usuarios de X esto pareciera ser un fragmento de la serie, o más aún, un chiste descartado por inverosímil para la ficción.

Es interesante señalar que este grupo de posteos son del año 2024 y que la narrativa, pero sobre todo, el tono lúdico-crítico de la serie se mantiene vivo como criterio de lectura por parte de los usuarios para interpelar la realidad.

5. Lo Más Destacado del Año

En 2023 sólo se estrenan dos ficciones de larga duración para la pantalla lineal y ambas fueron producidas por Pol-ka y emitidas por El Trece. Una de ellas, secuela de un éxito; *Argentina. Tierra de amor y venganza*. La primera parte de la telenovela emitida en 2019 llegó a promediar en el total de la ficción 13.6 puntos de *rating* con picos de 17 puntos. Apostando al recuerdo aún fresco de los espectadores de la primera temporada, la segunda vuelta de la ficción de época no obtuvo los resultados esperados. Tal como señala Pablo Mascareño (2023) en el diario *La Nación* “ATAV 2 subió sus números cerrando su promedio en 6,2 puntos y tocando un máximo de 7,8 puntos. Si bien no son cifras demasiado altas, se trata de un considerable repunte para la única ficción de producción nacional actualmente en el aire de la TV abierta.” (S/P) Se trató de una ficción de época que buscó incluir temas que permitieran conectar el presente con el pasado por ser una narrativa situada en la década de 1980 muchos de los personajes recreados en la ficción aun forman parte del universo mediático. Esta cualidad incrementó la conversación social sobre la ficción especialmente por las *adecuaciones representativas* de los personajes anclados en personalidades reconocidas. Estas correlaciones estuvieron alentadas por la utilización del material de archivo televisivo de la época y por la continuidad de sucesos del pasado reconstruidos en la ficción. Así el interés pasó menos por la trama melodramática que por la posibilidad de juzgar la veracidad de los hechos puestos en escena: la denominada “Guerra de Vedettes” que se produjo en uno de los almuerzos televisivos anfitriónados por Mirtha Legrand recreado en la ficción trajo a los programas de espectáculos a las protagonistas de la pelea de entonces, recordando las razones, los enfrentamientos pasados y si las formas en que se expresó en ATAV2 la tensa pelea original fueron ajustadas a los hechos o no.

En un contexto nacional inflacionario, con una ficción que apostó a la calidad de producción y a la reconstrucción de época, el rendimiento global de la ficción fue muy malo. No obstante, Pol-ka sostuvo los más de cien capítulos de la ficción.

A partir de aquí, Pol-ka y El Trece cambian la apuesta. Producen una telenovela con tintes policiales que presenta un elenco coral caracterizado por la juventud de sus actores. Se aleja del tono melodramático habitual para la telenovela y busca seducir a un público más joven. Se trata de la historia de un grupo de amigos, que a partir de vengar el intento de abuso de una de ellos asaltan la casa del agresor, quien justamente es un maleante, que al descubrir a los autores del atraco, los extorsiona para ponerlos a su disposición. En el grupo de amigos, ahora mano de obra para la delincuencia, se encuentra el hijo de una fiscal, la hija de un comisario, por lo que las amenazas de denuncia son siempre una posibilidad de desmejoramiento narrativo. En paralelo, *Buenos Chicos* aborda múltiples temas que se articulan con la agenda social y el *merchandising* social: narra la transición de género de uno de los integrantes del grupo –y el rechazo de la familia a su autopercepción–, el embarazo no deseado de otra de las integrantes, la dificultad de superar el alcoholismo de dos de los padres del grupo. También se narran temas propios del género además de los crímenes a los que el grupo de jóvenes son sometidos: el engaño amoroso, el adulterio, la dificultad de la correspondencia del amor y su triunfo, en algunos casos.

Esta producción terminó dando menos resultados de los esperados (promedió 5,3 puntos de *rating*), lo que llevó a Pol-ka a tomar la decisión de discontinuar la producción de ficción dado que no contaban con proyectos para la ficción televisiva lineal para el 2024-2025. Así, la principal productora de ficción televisiva cierra sus puertas, evidenciando la catastrófica situación en la que la industria se encuentra.

Como se mencionó en años anteriores, el éxito de ficciones para plataformas y el corrimiento de la ficción nacional a manos de ficciones de otros países (especialmente turcas) terminó por dejar sin producción ficcional nacional la pantalla lineal.

6. Tema del Año: ¿Qué está pasando con las narrativas en la ficción televisiva iberoamericana?

Para pensar las formas en que la ficción argentina pervive y sus estrategias para atraer público se analizarán las siguientes series estrenadas en plataformas de VOD:

Iosi, el espía arrepentido (serie - 2da temporada), Prime Video; *El Reino* (serie - 2da temporada) y *El Amor Después del Amor* (miniserie), Netflix; *Nada* (miniserie) y *El Encargado* (serie - 2da temporada) de Star+.

Tres de las seleccionadas son continuidad de temporadas anteriores. Pero se las selecciona por el lugar y repercusión social que tuvieron así como por la diversidad narrativa que presentan.

6.1. Personajes

En la selección de series, encontramos un abanico amplio de protagonistas, desde aquellos que cruzan de manera leve la ficción y la no ficción, como es el caso de la

segunda temporada de *Iosi. El espía arrepentido* que presenta a José “Iosi” Pérez (interpretado por Gustavo Bassani), quien se infiltra en la comunidad judía, se hace pasar por judío inicialmente, pero luego adopta la religión (temporada 1) y se casa con una integrante de la comunidad. Mantiene en secreto su trabajo como espía para la Policía Federal Argentina y cuenta su participación en el atentado a la Mutual Israelita Amia el 18 de julio de 1994 (dos años después de que se produjera la voladura de la Embajada de Israel en Argentina), el rol del estado en la venta de armas a Ecuador, Croacia y Bosnia-Herzegovina durante la presidencia de Carlos Menem y producidas por la estatal Fabricaciones Militares. Tanto la reconstrucción de época como la caracterización de los personajes protagónicos dan cuenta de manera realista de un conjunto de lugares comunes vinculados con la percepción de la comunidad judía en Argentina, de los servicios de inteligencia y del poder. Por tratarse de una ficción basada en hechos reales, tanto los personajes como sus entornos físicos construyen un fuerte verosímil realista.

En una narrativa completamente diferente, *El amor después del amor* presenta también una reconstrucción de época, con personajes claramente identificables, ya que narra el camino del éxito del músico Rodolfo “Fito” Páez. En este caso, como en *ATAV 2*, también se generaron controversias en torno de la justicia de las representaciones de los personajes y sus conflictos. El caso de la cantante Fabiana Cantilo, ex pareja de Páez que hizo declaraciones en contra de su representación como solo su corista y dependiente del cantante. Tanto así que la cantante compartió un video de la relación con Páez durante la década del ’80 diciendo “Antes de ir a girar por Europa, les dejo la posta”. Sin embargo, la crítica aclamó la serie y particularmente las actuaciones de sus protagonistas, tanto por sus parecidos con los personajes a los que interpretan como por la reconstrucción de época. Una vez más la correlación entre narrativa ficcional basada en hechos reales y su correspondencia con los acontecimientos históricos son puestos en juego. De la comparación los personajes de ambas salen airoas.

El Reino, Nada y El encargado no se presentan retrabajando personajes o historias referenciadas como *reales*. Los personajes juegan con un grado de excentricidad que los alejan, en primera instancia, de la tentación del simil. Especialmente el caso del encargado de edificio, Eliseo –Guillermo Francella– en *El encargado* segunda temporada. Se trata de un personaje aparentemente bueno y afable que en realidad aprovecha su posición y falsa servicialidad para sacar rédito de maneras ilegales (alquila los departamentos del edificio cuando sus propietarios no están, se queda con envíos que no le corresponden, arma trampas para conseguir sus objetivos engañando a los propietarios). En esta ocasión, el consorcio vuelve a contratar a Eliseo, quien por una herencia termina siendo también propietario. En este contexto, los conflictos se vuelven más hiperbólicos, ya que él también decide como empleador sobre su trabajo. Las maldades inocentes que Eliseo realiza son aquellas que le dan

el tono reidero a la serie, que de otro modo se transformaría en una narración cruel.

En *Nada* Luis Brandoni interpreta a Manuel, un crítico de arte, quisquilloso, si-barita, de clase alta sin dinero. *Nada* narra las desventuras de Manuel a partir del fallecimiento de su empleada, de la que dependía para todas las cosas de su vida. Solo se encuentra torpe y sin capacidades para continuar su vida, hasta que aparece Antonia (Majo Cabrera) a trabajar en su casa. Pese al rechazo de Manuel, Antonia va ganando su lugar y consiguiendo el afecto de su empleador. Las desventuras de Manuel (económicas, sociales y amorosas) hilvanadas por la presencia de Vincent (Robert De Niro) quien traduce términos –en general localismos e insultos– porteños al inglés. Vincent visita a Manuel en Buenos Aires y termina conquistando a su ex mujer. Si bien se trata de un personaje altanero, bohemio y de buen vivir, como podría imaginarse de una elite porteña de hace medio siglo, la aparición del extranjero traduciendo es un claro intento de globalizar la comedia.

Por su parte, *El reino* temporada 2 continúa la historia de Emilio Vázquez Pena (Diego Peretti) pastor evangélico y presidente de la república, su mujer Elena Vázquez Pena (Mercedes Morán) por una parte, y de Tadeo Vázquez (Peter Lanzani) y Johnatan (Uriel Nicolás Díaz) quienes vuelven al país, difundiendo la palabra y liderando una revolución socio-religiosa. Es necesario recordar que Johnatan ha realizado milagros, pero que en la huida (final de la primera temporada) debe ocultar sus poderes para no ser descubiertos. La huida de Tadeo y de Johnatan es la contracara del ascenso al poder de Emilio en la primera temporada. En esta el arco narrativo cuenta la caída del pastor presidente y de la iglesia manejada por su mujer en paralelo con el renacimiento social de Tadeo como líder político-religioso que se opone a la violencia instaurada por el gobierno. Si bien esta historia no tiene pretensión de vínculo con los hechos acaecidos y denunciados, han aparecido algunas lecturas de carácter alegórico y comparativo del personaje de Emilio como un arribista del poder de carácter no democrático y neoliberal con algunos personajes de la realidad argentina.

En todos los casos los personajes protagónicos y buena parte de los secundarios son encarnados por actores y actrices de alto reconocimiento a nivel nacional e internacional. Elemento de seducción para mercados locales y extranjeros, de modo que las plataformas refuerzan un *starsystem* local que garantice el retorno de la inversión y atraiga públicos globales. La estrategia de inclusión de Robert De Niro en *Nada* es una muestra elocuente.

6. 2. Temáticas

Las cinco ficciones narran temáticas muy diversas, pero puede pensarse que hay algunos lugares comunes en *Nada* y *El encargado* segunda temporada, por ejemplo, en relación con la caracterización del porteño como un personaje avivado, dado a cierta corrupción menor que saca provecho. Mientras que *El Reino* temporada 2

presenta un gobierno corrupto y hambreador, en contraposición con el recorrido de los desposeídos, pobres, del interior del país, que son honestos, trabajadores y llevan la luz y la palabra. Esta contraposición sola hace que la ficción evidencie su carácter maniqueo y melodramático.

En tanto *El amor después del amor* se estrena el mismo año en que se cumplen y celebran los treinta años de la edición del disco homónimo que lanzó al estrellato internacional a Fito Páez. La serie acompaña las giras (nacionales e internacionales) del cantante. Asimismo, la *biopic* continúa la línea iniciada años atrás con los relatos de personajes estelares (Maradona, Tévez, Sandro, Monzón, etc.) y que también han sido producidas en el corriente año (*Ringo. Gloria y Muerte* por Star+). La presentación de los primeros años de carrera de Páez tematiza la migración, las dificultades iniciales por conseguir reconocimiento, y finalmente el éxito, la fama y el amor. Con ello, permite también espiar las vidas de los artistas que acompañaron su camino: Fabiana Cantilo, Carlos Baglieto, Charly García, Luis Alberto Spinetta, Cecilia Roth, entre otros.

La reconstrucción del pasado como tema es la dominante en *Iosi. El espía arrepentido* temporada 2 y en *Diciembre 2001* (Star+). En estas ficciones basadas en hechos reales dominan las especulaciones acerca de como habrían sucedido los hechos. Para que este efecto sea posible las ficciones trabajan con elementos de verosimilitud: referencias a otros personajes identificables, la indumentaria o los mobiliarios. Estas miradas al pasado se centran especialmente en temas no resueltos como son los atentados a instituciones judías o la caída del gobierno radical encabezada por De la Rúa. Se trata de un pasado reciente y traumático del que la narrativa busca hacerse cargo suturando el hiato histórico. Presentan una especulación explicativa. Aunque puedan resultar de interés como pura ficción para una expectación que desconoce la historia argentina, la lectura local no puede desentenderse de las responsabilidades que la ficción adjudica.

6. 3. Recursos narrativos y estilísticos

Las cinco ficciones presentan valores de calidad técnico-estética de alta producción a la vez que construyen universos coherentes narrativa y estilísticamente. Cada una con su tono y forma juegan el juego de la internacionalidad. Son ficciones producidas para ser vendidas globalmente. Su estilo realista, medido, cuidado y de gran trabajo en la edición busca escapar a la contingencia local. En todos los casos también las tramas presentan subtramas que alimentan la historia principal otorgándoles dinamismo, profundidad e interés. Puede ser interesante ver el vínculo entre Páez y Spinetta, por ejemplo, o encontrar en las referencias y encuentros de *Iosi* alguna cara familiar, algún responsable de los que aún hoy se debate su responsabilidad en la justicia. Las series y miniseries no ancladas en hechos reales también permiten leer alegorías del presente: un presidente neoliberal que lleva al país a una crisis podría

leerse no ficcionalmente; un rico venido a menos que es salvado por amigos y un alma sensible también. Finalmente, el caso del encargado de edificio que encarna Francella en esta segunda temporada aparece más hiperbólico en sus rasgos que en la primera temporada, evitando las críticas y enojos que despertó la primera aparición por parte del gremio de los trabajadores de edificios y de sus trabajadores. Esta nueva serie de aventuras se ubica mejor en el plano de la ficción cómica y acentúa el carácter de reidero, de modo que la vinculación con la lectura comparativa quede fuera de los comentarios y experiencias de los espectadores.

Referencias

- Convergencia (2021). Mapa de Alianzas de Comunicaciones en Argentina 2021. 26° edición. Actualizado al 15/12/2021
- Fraticelli, D. (2023). “¿Una nueva era de lo reidero mediático?”. En *El Humor Hipermediático: una nueva era de la mediatización reidera*. Teseo.
- Kirchheimer, M. & Rivero, E. (2022). Argentina: La ficción seriada está en otra parte. En *Anuario Obitel 2022. Transformaciones en la serialidad de la ficción televisiva iberoamericana en tiempos de streaming*.
- Mascareño, P. (2023) Rating: ATAV 2 recuperó público en el prime time de eltrece, en un lunes con los regresos de Fabián Doman y Karin Cohen. En *La Nación*. 15 de agosto. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/rating-atav-2-recupero-publico-en-el-prime-time-de-eltrece-en-un-lunes-con-los-regresos-de-fabian-nid15082023/#:~:text=El%20formato%20de%20Kaczka%20promedi%C3%B3,m%C3%A1ximo%20de%207%2C8%20puntos>.
- Modarelli, A. (2023). División Palermo, el éxito de Netflix que eleva el debate alrededor de la corrección política. En *Página 12*. 3 de marzo <https://www.pagina12.com.ar/527808-division-palermo-revisada>
- Schetjman, N., Rivero, E. & Becerra, M. (2021). State Media and Digital Citizenship in Latin America: Is there a Place for the Weak?. En Tuñez-López, M., Campos-Freire, F. y Rodríguez-Castro, M. (Eds) *The Values of Public Service Media in the Internet Society*. Reino Unido. Palgrave <https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7>